

Каримова Карина Рафаильевна,

аспирант

Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций,

Института социально-философских наук и массовых коммуникаций

Казанского (Приволжского) федерального университета

БИЗНЕС-ТЕМАТИКА В ДЕЛОВЫХ СМИ ТАТАРСТАНА: ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ

Аннотация. В статье представлен анализ освещения бизнес-тематики в деловых СМИ Татарстана, описано состояние рынка деловой журналистики республики на современном этапе. Выявлены специфические особенности татарстанских СМИ деловой направленности. Исследован вопрос соответствия бизнес-изданий республики типологическим признакам деловой прессы.

Ключевые слова: деловые СМИ Татарстана, деловая журналистика, бизнес-СМИ, деловая пресса, экономические новости, предпринимательство, бизнес Татарстана.

Karimova Karina,

Graduate student

High School of Journalism and Media Communications,

Institute of Social and Philosophical Sciences and Mass Communications,

Kazan (Volga Region) Federal University.

THE SPECIFICS OF COVERING BUSINESS TOPICS IN THE BUSINESS MEDIA OF TATARSTAN

Abstract. The article presents an analysis of the coverage of business topics in the business media of Tatarstan, describes the state of the business journalism market of the republic at the present stage. The specific features of the Tatarstan media of a business orientation are revealed. The question of the correspondence of business publications of the republic to the typological features of the business press is investigated.

Keywords: business media, business press, economic news, entrepreneurship, business in the Republic of Tatarstan.

Деловые СМИ Татарстана на современном этапе занимают лидирующую позицию в медийном пространстве региона. Следуя за тенденцией усиления республики по экономическим показателям, роста предпринимательской активности [1], в сравнении с другими субъектами страны, деловые издания Татарстана, отвечая на запрос со стороны аудитории на освещение деловой повестки, заняли позицию главных и наиболее авторитетных источников при формировании информационной повестки региона. Наибольшее число их сосредоточено в столице — городе Казани.

В Татарстане зафиксировано порядка 1 тыс. СМИ. Только за 2017 год появились около 100 новых изданий [2].

В качестве деловых изданий в данной статье рассматриваются СМИ, освещающие деятельность малого, среднего и крупного бизнеса как в информационных, так и в аналитических жанрах журналистики.

В журналистской науке существует множество разнообразных подходов к определению понятия «деловые СМИ». Исследователи вводят и даже разделяют такие понятия, как «деловая журналистика», «бизнес-журналистика», «деловая пресса», «экономическая журналистика» и другие.

Наиболее общая характеристика сформулирована следующим образом: «деловая журналистика — это специализированный раздел журналистики, имеющий свои типологические и видовые признаки» [3, с. 138].

Довольно точно отражает суть этого сегмента журналистской деятельности определение, приведенное в учебнике Г. С. Мельник и С. М. Виноградовой: «Понятие “деловая журналистика” объемно. В широком смысле — это освещение в СМИ вопросов, связанных с какими-либо процессами и тенденциями в бизнесе, экономике, промышленности, финансовой сфере» [4, с. 16].

Зачастую в исследовательской среде деловые издания относят к так называемой качественной прессе. Такого мнения придерживаются и В. М. Амиров и А. А. Белоусов. «Деловая пресса — это одно из ключевых направлений качественной журналистики, объединяющее в себе периодические издания, радио-, телевизионные программы и интернет СМИ, предназначенные не только для бизнесменов,

но и для людей, которые могут быть вовлечены в бизнес-процессы» [5, с. 20].

А. М. Городничева деловой журналистикой называет деятельность, «связанную со сбором, обработкой и распространением экономической информации и анализом экономических проблем в печатных и электронных СМИ, нацеленную прежде всего на деловую аудиторию» [6, с. 215].

Зарубежные исследователи дают общее определение понятия «деловая журналистика» (business journalism), в то же время сегментируя его по направлениям отраслей экономики. «Деловая журналистика — это освещение событий из мира бизнеса и экономики, а также новости и расследования о таких сегментах как рынок и условия труда, технологии, персональные финансы, инвестиции и потребительский рынок» [7, с. 225].

Учитывая уже устоявшиеся в научной среде определения деловой журналистики, можно предположить, что деловые издания — это результат деятельности данного специализированного раздела СМИ, выраженный в материалах, содержащих информацию об экономической деятельности общества и его отдельных субъектов, имеющих непосредственное или опосредованное практическое значение для бизнеса и предпринимателей.

При этом главными типологическими признаками, на основании которых можно выделить принадлежность СМИ к деловым изданиям, являются следующие критерии: аудитория издания; предметно-тематическая направленность [3, с. 140].

Аудитория деловых изданий — люди, заинтересованные в получении сведений об экономических и деловых процессах и событиях. Это подготовленные читатели, способные легко декодировать язык деловых, экономических изданий, изобилующий специальными терминами и понятиями.

Особенность аудитории деловых изданий определяет и предметно-тематическую направленность подобных СМИ. Редакционная политика строится на основании сюжетов и событий из мира бизнеса и финансов. Таким образом, именно аудиторный признак можно назвать главным показателем при определении принадлежности издания к деловым СМИ.

Рассмотрим позиции деловых изданий в системе СМИ Татарстана.

На современном этапе электронные деловые издания представляют собой самую значительную долю в рассматриваемом сегменте татарстанских СМИ. В регионе работают редакции таких изданий, как «Бизнес онлайн», «Реальное время», «Коммерсантъ — Волга-Урал», «РБК-Татарстан», электронная версия журнала «Эксперт», портал Chelny-biz.ru, сайт «Время и деньги», «Татцентр», «Финансист».

Телевидение освещает деятельность регионального бизнеса и экономическую повестку в двух форматах: в рамках отдельных программ и в рамках информационных сюжетов в программах новостей. К примеру, на телеканале «Татарстан 24» выходит программа «Новости Экономики Татарстана», на телеканале ТНВ — «Реальная экономика», новости экономики также выходят на телеканале «ГТРК Татарстан» [8, с. 53].

В Татарстане работает единственное деловое радио на русском языке — «Business FM».

Среди печатных изданий на данный момент издаются журнал «Эксперт-Татарстан», региональный вкладыш газеты «Коммерсантъ — Волга-Урал».

Специфической особенностью всех видов татарстанских деловых СМИ является жанрово-тематическое ядро, сформированное с учетом трех основных элементов, так или иначе присутствующих в материалах региональных изданий:

- приоритет: на освещение деловой повестки в рамках региона;
- превалирование информационных жанров журналистики в освещении бизнеса над аналитическими;
- внимание к освещению деятельности региональных органов государственной власти [9, с. 62].

Данные признаки можно встретить во всех указанных СМИ в разнообразных форматах, в зависимости от вида издания.

О значимости для региона деловых изданий можно судить по ежегодному рейтингу СМИ Татарстана. По итогам двух кварталов 2019 года, в первую тройку самых цитируемых и посещаемых региональных изданий попали сразу два деловых издания республики — «Бизнес онлайн» (вторая позиция) и «Реальное время» (третья

строчка рейтинга) [10]. В первую десятку входит еще одно издание, пишущее о бизнесе в Татарстане, — «Портал предпринимателей Chelny-biz.ru».

Еще два интернет-СМИ, относящихся к «деловым изданиям» — региональные редакции федеральных лидеров рынка бизнес-журналистики России — «Коммерсантъ — Волга-Урал» и «РБК-Татарстан» — во второй десятке рейтинга.

При внимательном изучении предметно-тематической направленности и материалов указанных татарстанских изданий, можно отметить, что декларируемая приверженность интернет-СМИ Татарстана к типу деловых изданий сильно расходится с формулировками и принятым в научной среде терминологическим аппаратом в отношении деловых СМИ.

Интернет-газета «Бизнес онлайн» позиционирует себя как «самое цитируемое интернет-издание России за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, ведущее деловое СМИ в Республике Татарстан». По данным самого издания, его ежемесячная аудитория — 3,5 миллиона уникальных посетителей [11].

В «Бизнес-онлайн» темы и сюжеты журналистских материалов, связанных с предпринимательством, реализуются как в основной ленте статей, так и в новостном блоке. Наиболее распространенными жанрами при этом являются репортажная заметка, репортаж, аналитическая заметка, интервью, также СМИ регулярно публикует собственные рейтинги и обзоры.

Тематическое разнообразие, присущее изданию, является главным признаком, который не позволяет отнести онлайн-газету к группе деловых изданий, исходя из выявленных ранее типологических признаков деловых СМИ.

Издание публикует материалы, доступные для восприятия массовой аудитории и не нуждающиеся в дополнительной расшифровке. В основной полосе сайта можно встретить тексты о культурных событиях и спорте, репортажи с коллегий органов государственной власти и о вакцинации детей, сообщения о событиях на рынке недвижимости и репортажи о том, как родители школьников сдают ЕГЭ.

Кроме того, в формировании заголовков нередко используются эпатажные и эмоциональные цитаты, просторечья, жаргон, журна-

листские приемы, применяемые для привлечения внимания читателя, что нехарактерно для изданий деловой направленности, которым в выборе заголовков присущи сдержанность и лаконичность. Заголовки «Бизнес онлайн»: «Повязали у элитного бутика», «А министр был не в курсе: бывшего “казначей” Айрата Сиблагатуллина судят за распилы».

Издание «Реальное время» описывает собственную деятельность следующим образом: «Реальное время» — интернет-газета деловых новостей и отраслевой аналитики, актуальной информации о развитии экономики и технологий в Татарстане, России и мире».

Данное СМИ подробно освещает деятельность малого и среднего бизнеса: публикуются опросы предпринимателей, тексты с сюжетами о розничном рынке, истории мировых брендов. Основные жанры — аналитическая и репортажная заметка, статья, интервью, обзоры и рейтинги. Также публикуются графики индексов цен в различных сегментах экономики.

На сайте издания заметен жанровый и тематический разброс — от аналитических заметок о ситуации в банковской индустрии («Рейтинг банков: убытки в ПФО выросли более чем в два раза») до публицистических исторических колонок, носящих больше познавательный характер («Рафаэль Хакимов: как узбекские ханства становились частью России»).

«Реальное время» не прибегает к использованию оценочных или провокационных заголовков. Язык издания можно назвать достаточно нейтральными и сбалансированными.

Тематическая сфокусированность на специализированном направлении — проблемы и деятельность малого и среднего бизнеса на конкретных примерах, нейтральность стилистики изложения сближают издание с группой деловых СМИ, в которых освещается деятельность непосредственно предпринимателей.

«Портал предпринимателей Chelny-biz.ru» на собственном сайте сообщает о том, что является «первым в Набережных Челнах интернет-ресурсом для деловых людей с уникальным информационным контентом».

Издание повторяет тематическую и сюжетную направленность казанских коллег — здесь также выходят тексты общественной зна-

чимости — о действиях властей («Привести город в идеальный порядок, чтобы каждый уголок радовал»), о благоустройстве города. («Дорожникам никто поблажки не делает. Это касается и управляющих компаний»).

Самыми распространенными жанрами являются репортаж и репортажная заметка. Редакция использует эмоциональные, оценочные цитаты как в заголовках, так в материалах.

Главной особенностью издания является интерес к местному рынку и предприятиям как частным, так и с государственным участием. «Портал предпринимателей Chelny-biz.ru» в своих текстах поднимает проблемы небольших компаний, их взаимодействие с органами власти, личные истории предпринимателей города.

Широкое разнообразие тем и простота изложения материала, присущие данному изданию, могут быть интересны массовой аудитории читателей, однако данная характеристика отделяет портал от категории деловых СМИ, ориентирующихся на специальную аудиторию — людей из мира бизнеса.

Издание «Коммерсантъ — Волга-Урал» заметно выделяется на фоне вышеупомянутых СМИ характерным для деловых медиа сдержанным и лаконичным стилем как в изложении материала, так и в подходе к формированию заголовков. Жанровая специфика данного издания поддерживает федеральный формат и представляет из себя сочетание аналитических и информационных жанров.

Редакция издания в Казани освещает динамику развития местных крупных компаний, часто использует финансовые термины, такие как «чистая прибыль по РБСУ (Российские стандарты бухгалтерского учета)», повсеместно и в текстах, и в заголовках используются цифры, проценты, финансовые показатели деятельности бизнеса и термины, понятные только участникам этого рынка.

По критерию предметно-тематической направленности и качества аудитории издания, которая, чтобы стать читателем «Коммерсантъ — Волга-Урал» должна обладать специальными знаниями и пониманием контекста ситуации, издание, бесспорно, относится к деловым СМИ.

Региональная редакция «РБК-Татарстан», в отличие от коллег из «Коммерсантъ — Волга-Урал», значительную часть внимания

уделяет темам, имеющим более широкое общественно-политическое и социальное значение.

Тематика региональной редакции — новости банков (пресс-релизы данных учреждений), потребительский рынок, рынок недвижимости, политика, общество, деятельность органов государственной власти.

Среди новостей деловой направленности можно встретить заметки с заголовками «Паводок-2019: власти Казани призывают горожан готовиться самостоятельно» или «Проект дороги-дублера Горьковского шоссе обсуждают с населением поселков». Подобные новости, безусловно, имеют важное общественное значение для всего региона, однако не имеют отношения к деловой жизни и предпринимательству.

Издание «Эксперт-Татарстан» сохраняя общую направленность на освещение событий из мира экономики и бизнеса, однако значительную часть текстов посвящает общественно-политической повестке: так же, как и в издании «Бизнес онлайн», много материалов посвящены действиям органов власти, отчетам министерств и ведомств.

Основная тематическая направленность издания — события индустрии промышленности, деятельность органов государственной власти, отчеты и анонсы различных событий для предпринимателей и управленцев. Жанровое разнообразие издания составляют информационная заметка, отчет, интервью.

В качестве особого примера стоит отметить казанскую редакцию радио «Business FM». Не являясь онлайн-СМИ, как вышеупомянутые издания, редакция радиостанции создает журналистские материалы в аудиоформате, доступные на FM-волне 93,5 в Казани и частично на собственном сайте и в соцсетях.

Материалы и стиль работы «Business FM» в Казани, исходя из критериев качества аудитории и предметно-тематической направленности, можно отнести к примерам публикаций деловой прессы. Радиостанция в формировании редакционной политики ориентируется исключительно на бизнес-тематику.

Редакция готовит такие программы, как «Недвижимость», «Биржевой барометр», «Финансовая пятница», «Продвижение» и другие, направленные на обеспечение интересов деловых людей.

С 2016 года на медийном рынке Татарстана появилось специализированное финансовое издание — портал «Финансист». Освещение порталом темы банковских услуг в республике в разнообразных жанрах, безусловно, дает основание для отнесения его к числу узкоспециализированных финансовых деловых изданий.

Новости банковского рынка, обзоры, мнения, аналитика сегмента банковских услуг Татарстана составляют основную тематическую палитру данного издания. Читатель издания должен обладать специальными знаниями и пониманием рынка банковских услуг, высоким уровнем финансовой грамотности, то есть портал ориентирован на узкий сегмент аудитории.

Несмотря на падение интереса массовой аудитории в России к просмотру телевидения, в регионах, и в частности в Татарстане, телевидение остается значимым медиаресурсом для некоторой части аудитории, а также площадкой для презентации своих интересов для представителей власти, общественных институтов и ньюсмейкеров [8, с. 52].

В таких условиях татарстанские телеканалы находят новые форматы для привлечения внимания аудитории — переход на мобильное вещание. Как следствие, сразу три региональных телеканала в мобильном формате попали в рейтинг 20 наиболее цитируемых медиаресурсов по Татарстану, по данным исследования «Медиалогии» за второй квартал 2019 года. Главными программами экономической направленности в Татарстане являются программа «Реальная экономика» на телеканале ТНВ, «Новости экономики Татарстана» и «Наши налоги» на телеканале «Татарстан 24».

Однако следует отметить особенность освещения татарстанским телевидением бизнес-тематики — тематика экономики и предпринимательства не получает столь же масштабного и полноценного освещения на телеканалах региона, как это происходит в среде интернет-СМИ. Сообщения о бизнесе и экономике передаются в формате коротких информационных сюжетов, отвечающих актуальной повестке дня. Отсутствие независимых аналитических программ о частном бизнесе с участием самих предпринимателей создает ограниченную и одностороннюю картину происходящего.

Таким образом, можно отметить специфику деловых изданий Татарстана:

- наличие жанрово-тематического ядра, сформированного с учетом трех основных элементов: региональная направленность материалов, превалирование информационных жанров над аналитическими, активное освещение деятельности органов государственной власти;

- отсутствие четкой направленности редакционной политики на освещение строго бизнес-тематики и следующее за таким подходом типологическое смещение в структуре онлайн-изданий республики [9, с. 66].

Универсальность в предметно-тематической направленности деловых СМИ Татарстана выявляет их приобщенность к группе общественно-политических изданий. Таким СМИ «свойственна обращенность ко всем, предназначенность для всех, доступность каждому» [12, с. 54].

Их информационный охват задействует все сферы общественной жизни, они пишут «для всех обо всех».

Анализ информационной политики татарстанских СМИ с направленностью на освещение бизнес-тематики позволяет сделать следующие выводы о специфике деловых онлайн-изданий Татарстана на современном этапе:

- В Татарстане, регионе с высоким уровнем предпринимательской активности, деловые издания являются главными и наиболее авторитетными источниками при формировании информационной повестки республики. Электронные деловые издания представляют самую значительную долю в рассматриваемом сегменте татарстанских СМИ.

- Декларируемая приверженность деловой журналистике в рассмотренных СМИ не подтверждается в редакционной политике изданий — вместо освещения деятельности предпринимателей и компаний, публикации материалов, имеющих практическое значение для управления и развития бизнеса, здесь размещаются материалы об общественной, культурной, спортивной, политической жизни региона, наряду с освещением наиболее резонансных сюжетов и историй бизнес направленности.

— Универсальный характер редакционной политики крупнейших изданий деловой направленности соответствует группе общественно-политических СМИ, являющихся массовыми и рассчитанными на разные слои населения и тематическое разнообразие.

— Примерами качественной деловой журналистики, соответствующими принятым в научном сообществе типологическим признакам, являются татарстанские редакции лидеров федерального рынка деловых СМИ — издание «Коммерсантъ — Волга-Урал», а также радиостанции «Business FM». Примером узкоспециализированного финансового делового издания в Татарстане является портал «Финансист».

— Телевидение Татарстана выделяет на деловую повестку незначительную долю своего вещания, в отличие от онлайн-СМИ.

— Татарстанскому рынку СМИ деловой направленности характерно стремление занять нишу деловых СМИ, с одновременным воплощением функций и признаков общественно-политических СМИ, обеспечивающих информационные потребности всех слоев общества и понятных разнообразным категориям граждан [9, с. 66].

Литература

1. Татарстан возглавил рейтинг инвестиционного климата России // Русская служба Би-би-си. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-40117246> (дата обращения: 01.03.2019).

2. Средства массовой информации республики Татарстан // Посреди России. URL: <https://posredi.ru/sredstva-massovoj-informacii-respubliki-tatarstan.html> (дата обращения: 12.03.2019).

3. Тищенко В. Н. Деловая журналистика: Типология и видовые признаки // Вестн. РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». 2014. С. 137–145.

4. Мельник Г. С., Виноградова С. М. Деловая журналистика. — СПб. : Питер, 2010. — 304 с.

5. Амиров В. М., Белоусов А. А. Деловая журналистика: социальный компонент в бизнес-публикации // Изв. Урал. федер. ун-та. — Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. — 2013. — № 3 (116). — С. 5–10.

6. Гордничева М. А. Понятийно-Терминологический словарь по курсу «Деловая журналистика» // Информ. поле современной России: практики и эффекты. — 2014. — С. 213–218.

7. *Sterling C. H.* Encyclopedia of Journalism. — Thousand Oaks, California: SAGE, 2009. — 3136 p.

8. *Каримова К. Р.* Бизнес-тематика на телевидении Татарстана на современном этапе // III Науч. форум телекоммуникации: Теория и технологии ТТТ-2019. Телевидение в Татарстане: вехи становления и эпоха развития — 2019 : материалы Международ. науч.-техн. конф. — С. 52–53.

9. *Каримова К. Р.* Специфика анализа экономической информации в деловых онлайн-изданиях Татарстана // Изв. Урал. федер. ун-та. — Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. — 2019. — № 4 (192). — С. 60–68.

10. Татарстан: рейтинг СМИ за 2018 год // Медиалогия: ТОП-20 самых цитируемых СМИ Татарстана — 2018 год. URL: <https://www.mlg.ru/~v1knm> (дата обращения: 01.02.2020).

11. О газете // Онлайн-газета «Бизнес онлайн». — 2008. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/9650> (дата обращения: 29.01.2019).

12. *Засурский Я. Н.* Система средств массовой информации России. — М. : Аспект Пресс, 2003. — 259 с.

УДК 81.42

Кирвес Александра Алексеевна,

бакалавр 2-го курса

факультета журналистики и медиакоммуникаций

Гуманитарного университета

ТЕМА РЕВОЛЮЦИИ В БЛОГЕ «ВДУДЬ» С А. НАВАЛЬНЫМ

Аннотация. Доклад посвящен композиционному и микротематическому анализу одного выпуска блога «вДудь». Для подробного анализа в аспектах набора, комбинаторики и размещения взято тематическое поле «революция» и его ассоциаты.

Ключевые слова: блог, «вДудь», Дудь, микротема, Навальный, революция, тематический анализ, тематическое поле.